

ZBIÓR
RAPORTÓW NAUKOWYCH

Współczesna nauka.
Nowe perspektywy

Bydgoszcz
30.01.2014 - 31.01.2014

Część 2/1

СБОРНИК
НАУЧНЫХ ДОКЛАДОВ

Современная наука.
Новые перспективы

БЫДГОЩ
30.01.2014 - 31.01.2014

Часть 2/1

УДК 339.138+ 658

ББК 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl

Cena (zł.): bezpłatnie

Zbiór raportów naukowych.

Z 40 Zbiór raportów naukowych. „Współczesna nauka. Nowe perspektywy„.

(30.01.2014 - 31.01.2014) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»,
2014. - 72 str.

ISBN: 978-83-64652-01-1 (t.2/1)

Zbiór raportów naukowych. Wykonane na materiałach Międzynarodowej Naukowi-
Praktycznej Konferencji 30.01.2014 - 31.01.2014 roku. Bydgoszcz.

Część 2/1.

УДК 339.138+ 658

ББК 94

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora zakazany.

Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów.

Pisownia oryginalna jest zachowana.

Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach
należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour».

Obowiązkowa odniesienia do zbioru.

Warszawa 2014

ISBN: 978-83-64652-01-1 (t.2/1)

"Diamond trading tour" ©

SPIS /СОДЕРЖАНИЕ

SEKCJA 11. ZARZĄDZANIA. MARKETING.(МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ)

1. Харченко Г. А., Бандурович Ю. Ю.....	5
МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
2. Онищенко Ю.Н.	9
ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КИБЕРПРЕСТУПНОСТИ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ	
3. Федорчук Ю. М.	12
ПЕРЕШКОДИ НА ШЛЯХУ ВПРОВАДЖЕННЯ Е-УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ	
4. Неверо Д.В., Колосов Г.В.	15
АНАЛИЗ ПЯТИ СИЛ ПОРТЕРА ДЛЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ	
5. Долгова И.В.	17
ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ КАК СПЕЦИФИЧЕСКАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА	
6. Химера М.В.	21
ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ УКРАЇНИ ЯК МАРКЕТИНГОВА СФЕРА ДІЯЛЬНОСТІ	
7. Сусь М.Ф.	25
КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ І ГЛОБАЛЬНИХ ТРЕНДІВ У B2B МАРКЕТИНГУ	
8. Улицкая Н.Ю.	28
ОЦЕНКА ЦЕННОСТИ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ АГРОБИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ТАМАЛИНСКОГО РАЙОНА ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	
9. Волк К. О.	32
ВІЗУАЛЬНА СКЛАДОВА ФЕЙСИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЮ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ	
10. Сусь М.Ф.	35
СИСТЕМА ЗАЛУЧЕННЯ ВІДОМИХ ОСІБ ДО ПРОСУВАННЯ БРЕНДІВ ЯК ОСОБЛИВА МАРКЕТИНГОВА ТЕХНОЛОГІЯ	
11. Мартинюк І.С., Литвинюк О.П.	39
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
12. Хусаинова С.В.	42
РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	

13. Мавколенко А.С.	51
ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА В УПРАВЛЕНИЕ: ПОНЯТИЕ, УСЛОВИЯ И ПОКАЗАТЕЛИ	
14. Неверо Д.В., Колосов Г.В.	54
РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СНИЖЕНИЮ ТЕКУЧЕСТИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	
15. Мурина И.А.	56
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА	
16. Шпилевая И. Е.	59
РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ДЕТЕРМИНАНТА ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
17. Неверо Д.В., Колосов Г.В.	62
КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
18. Труфанова И.В.	64
СМЫСЛ ИМЕНИ ГЛАВНОГО ГЕРОЯ В РОМАНЕ В.В. НАБОКОВА «ПРИГЛАШЕНИЕ НА КАЗНЬ»	



Неверо Д.В.

студентка

Колосов Г.В.

старший преподаватель

Полесский государственный университет

АНАЛИЗ ПЯТИ СИЛ ПОРТЕРА ДЛЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Анализ пяти сил Портера (англ. Porter five forces analysis) — методика для анализа отраслей и выработки стратегии бизнеса, разработанная Майклом Портером в Гарвардской бизнес-школе в 1979 году [1]. Анализ включает в себя три силы «горизонтальной» конкуренции: угроза появления продуктов-заменителей, угроза появления новых игроков, уровень конкурентной борьбы; и две силы «вертикальной» конкуренции: рыночная власть поставщиков и рыночная власть потребителей.

Продукты-заменители. Технический прогресс убивал компании, не успевающие вовремя заметить появления новых продуктов, полностью заменяющих их товары. Примеры: логарифмические линейки и счеты заменены компьютерами, фотопленка ушла в небытие с приходом на рынок цифровых камер. При открытии нового направления или запуске инновационного продукта необходимо изучить следующие параметры эластичности спроса: склонность потребителей к покупке продуктов-заменителей; сравнение цены и качества продуктов-заменителей; стоимость переключения на продукт-заменитель для потребителя; уровень восприятия дифференциации продукта.

Потенциальная возможность появления новых игроков. Рынки, приносящие высокую прибыль, привлекают новых игроков. Если не предпринимать действий по блокированию или затруднению входа новых игроков, прибыль будет последовательно снижаться с ростом уровня конкуренции. Следует обратить внимание на следующие пункты: наличие барьеров входа (лицензии, патенты, авторские права и т. д.); необходимость затрат на дифференциацию продукта; стоимость бренда; стартовые затраты для новых игроков; преимущества в себестоимости; ожидаемые ответные действия старых игроков; реакция правительства и (или) других регуляторов рынка.

Рыночная власть поставщиков. Эта сила возрастает, если поставщики сырья, ресурсов, необходимых для бизнеса, настолько уверенно себя чувствуют на рынке, что могут выбирать клиентов и каким-то образом влиять на деятельность компаний. Они могут отказаться работать с компанией или установить чрезмерно высокие цены на уникальные ресурсы. Чтобы понять, насколько бизнес будет зависеть от настроения поставщиков, нужно изучить факторы, которые усиливают их власть: поставка находится в ведении малого числа компаний, и они более сосредоточены в одном месте, чем отрасль, которой они продают товары; их продукты уникальны или дифференцированы; сравнение стоимости переключения поставщиков и стоимости переключения компании. Власть поставщиков можно попытаться уменьшить за счет поиска новых источников поставки, угрозы интеграции в структуру поставок и раз-

работки стандартизированных компонентов продукции — чтобы их были способны производить многие поставщики.

Рыночная власть потребителей. Это способность потребителей влиять на компанию, а также реакция чувствительности потребителя на изменение цены. Есть несколько факторов, которые влияют на уровень этой силы: концентрация потребителей по отношению к уровню концентрации компании; количество потребителей; доступность информации для потребителей; возможность вертикальной интеграции; доступность существующих продуктов-заменителей; ценовая чувствительность потребителей; отличительные преимущества продуктов компании (уникальность).

Уровень конкурентной борьбы. На большинстве рынков именно эта сила является определяющей для понимания того, насколько высока конкуренция и насколько привлекательно создание бизнеса. Уровень конкуренции на рынке нужно изучить по следующим критериям: количество конкурентов; уровень роста рынка; критерии насыщения рынка; барьеры входа в отрасль; барьеры выхода из отрасли; отличительные черты конкурентов; уровень затрат конкурентов на рекламу.

Некоторые последователи Портера предлагают анализировать также *шесть сил*. Речь идет о правительстве. Насколько сильно оно влияет на данную отрасль. Также имеет смысл рассмотреть роль законодательных органов. Нужно учесть, что анализ сил по Портеру применим при определенных условиях: покупатели, конкуренты и поставщики не связаны, не взаимодействуют и не сговариваются; цена определяется структурными преимуществами (создавая входной барьер); нестабильность на рынке достаточно низка и позволяет участникам рынка планировать и осуществлять реакцию на действия конкурентов [2].

Подведем итог, как пять сил могут сказаться на бизнесе.

- Появление новых соперников потребует конкурентоспособного ответа, что неизбежно приведет к затратам и снижению прибыли.
- Выход на рынок конкурентоспособного продукта-заменителя заставит ограничивать цену, снижая маржинальность бизнеса.
- Высокая способность покупателей отстаивать собственные интересы ведет к сокращению выручки и в результате сказывается на прибыльности.
- Заполучив власть, поставщики могут начать повышать цены, что отрицательно скажется на прибыльности компании.
- Высокий уровень соперничества между существующими конкурентами требует инвестиций в маркетинг, или снижение цен. Все это ведет к падению уровня доходности.

Литература:

1. Википедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Анализ_пяти_сил_Портера
2. Стратегический менеджмент: учебно-методическое пособие / Г.В. Колосов. – Пинск: ПолесГУ, 2013. -66 с.